

学校编码: 10384

学号: X2006155103



分类号_____密级_____

UDC_____

廈門大學

碩 士 学 位 论 文

廈門 ABC 公司 10KV 开关柜市场营销组合
策略研究

The Study on the Marketing Mix Strategies of
Xiamen ABC 10kV Switchgear

梁龙海

指导教师姓名: 林志扬 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2010 年 10 月

论文答辩日期: 2010 年 12 月

学位授予日期: 2010 年 12 月

删除的内容:

删除的内容:

删除的内容:

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

廈門 ABC 公司 10KV 开关柜市场营销组合策略研究

梁龙海

指导教师: 林志扬 教授

廈門大學

2010 年 10 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

论文摘要

作为改革开放后电力行业第一家进入中国市场的第一家跨国企业，厦门 ABC 开关有限公司取得了市场先机。从 1992 年成立到 2004 年，年复合增长率达到 30%，企业迈入了跨越式的发展轨道，发展速度远远高于行业的平均增长率。但随着市场的成熟以及竞争的激烈，公司的增速明显放缓，远低于行业总体增长率，到 2008 年甚至出现负增长。本文通过运用 MBA 学习的营销工具，找出目前公司面临发展瓶颈的关键因素及问题原因，并提出解决方案，为公司的营销活动策划策略的制定指明方向提供参考。全文共分为七章：

第一章导论介绍了 ABC 集团、厦门 ABC 开关有限公司公司概况，然后讨论了论文研究的背景，研究的目的、问题、采用的分析方法及意义。

第二章对开关柜细分客户群进行分类，分析了影响客户的购买行为。讨论了在各个市场进程厦门 ABC 开关有限公司采取的销售策略，并指出了目前面临的发展瓶颈及销售策略的局限性。

第三章通过运用波特竞争五力模型对开关柜行业面临的竞争环境进行全面、系统的分析。得出未来市场增长潜力在于中端市场的结论，在中端市场取得优势对未来 ABC 在 10KV 开关柜业务的成功是至关重要的。

第四章运用 SWOT 分析工具从生产能力、品牌优势、集团实力、研发能力、销售网络、技术特点、生产成本等方面对公司的内部优势及劣势，外部的机会和威胁进行分析，为制定未来的发展战略提供依据。

第五章根据“五力模型”及“SWOT 分析”得出的结论，运用杰罗姆·麦肯锡的 4P 营销组合工具，从产品、价格、渠道、促销四个方面对公司 10KV 开关柜产品未来的营销策略进行重新设计与组合。

第六章根据新的营销组合提出具体的实施方案及计划。

第七章对全文作了总结。

关键词竞争优势、10KV 开关柜、营销组合

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

ABB Xiamen Switchgear Co., Ltd. obtains the market opportunities as it is the first multinational enterprises to enter Chinese market in the electric power industry after the reform and opening. From 1992 to 2004, ABB Xiamen Switchgear Co., Ltd. development speed was far higher than the average industry growth and the compound annual growth average was 30%. But with the intensifying market competition and the maturity of marketing, the growth of it was slowed and far below the average industry growth rate. In 2008, ABB Xiamen Switchgear Co., Ltd. was with negative growth.

This dissertation uses MBA marketing tools to find the key factors and root causes of the enterprises development bottle neck, give the solutions for the reference of the company's marketing strategy making. This dissertation has seven chapters:

The first chapter is the introduction: the profile of ABC group and ABB Xiamen Switchgear Co., Ltd., the background of dissertation research, the purpose of dissertation research, the problems, the analysis methods and significance of dissertation.

The second chapter classifies the customers and analyses the effected factors of customers purchase. It discusses the sale strategy in market and points out the development bottleneck and the limitations of sales strategy.

The third chapter uses Potter competition five competitive forces model to do a comprehensive and systematic analysis for the competition environment of switchgear industry. Then it gets the conclusion that the key future potential market is the medium-end market. It is vital for Xiamen ABC 10KV switchgear business whether it can get the advantage in the medium-end market.

The forth chapter analyses ABB Xiamen Switchgear Co., Ltd. advantages, disadvantages, external opportunities and threats from production capacity, brand advantage, group strength, R&D capability, sales network, technical characteristics and production cost by SWOT tool. Then it provides the basis for future development strategy.

The fifth chapter redefines the sales strategy of ABC Xiamen 10KV switchgear products from products, price, channels and promotion by Jerome Mckinsey 4P according to the conclusions from the third and forth chapters.

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman, 字体颜色: 自动设置

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

带格式的: 字体: (默认)
Times New Roman

The sixth chapter provides the implementation plan according to new marketing combination.

The seventh chapter is the summary for the dissertation.

Key words: Predominance of competition , 10KV switchgear, Marketing Mix Strategies

厦门大学博士论文摘要库

目 录

第一章 导论	1
第一节 ABC 集团及厦门 ABC 开关有限公司介绍	1
第二节 “厦门 ABC” 的主要产品	2
第三节 论文研究的背景，研究的目的、问题、采用的分析方法及意义	2
第二章 10KV 开关柜客户群分类及厦门 ABC 采取的营销策略	4
第一节 10KV 开关柜客户群分类	4
第二节 市场发展历程划分及厦门 ABC 销售策略、面临的发展瓶颈	5
第三章 五力模型分析	12
第一节 五力模型介绍	12
第二节 购买者的讨价还价能力	12
第三节 行业内竞争者分析	18
第四节 潜在竞争者和新进入者的竞争威胁	20
第五节 替代品的威胁	21
第四章 厦门 ABC 公司 SWOT 分析	22
第一节 SWOT 分析介绍	22
第二节 优势与劣势分析	22
第三节 机会与威胁分析	26
第五章 重新设计“厦门 ABC” 10KV 产品市场营销组合	30
第一节 产品组合策略	30
第二节 价格策略	33
第三节 渠道组合策略	34
第四节 促销组合策略	36
第六章 营销策略实施措施	39

删除的内容: 目录

删除的内容: 目 录

带格式的: 字体: (中文) 黑体, 加粗

带格式的: 字体: (默认) 黑体, (中文) 黑体, 加粗

带格式的: 段落间距段前: 0 磅, 段后: 0 磅, 行距: 多倍行距 1.75 字行

带格式的: 行距: 多倍行距 1.75 字行

删除的内容: 1

删除的内容: 1

删除的内容: 4

删除的内容: 4

删除的内容: 12

删除的内容: 12

删除的内容: 22

删除的内容: 22

删除的内容: 30

删除的内容: 30

删除的内容: 39

删除的内容: 39

第一节 与长期客户签订框架协议	39
第二节 降低 ABC 制造产品成本	42
第三节 Unigear ZS1 AT&S 合作生产	44
第四节 “厦门 ABC”价值销售策略	48
第七章 结论和启示	51
参考文献	53

删除的内容: 51

删除的内容: 51

删除的内容: 53

删除的内容: 53

带格式的: 缩进: 首行缩进:
0 厘米

删除的内容: 第一章 导论
1

第一节 ABC 集团及厦门
ABC 介绍 1

第二节 “厦门 ABC”的主要
产品 2

第三节 论文研究的背景, 研
究的目的、问题、采用的分析
方法及意义 2

**第二章 10KV 开关柜客户
群分类及厦门 ABC 采取的营
销策略 4**

第一节 10KV 开关柜客户群
分类 4

第二节 市场发展历程划分
及厦门 ABC 销售策略、面临
的发展瓶颈 5

第三章 五力模型分析 12

第一节 五力模型介绍 12

第二节 购买者的讨价还价
能力 12

第三节 行业内竞争者分析
18

第四节 潜在竞争者和新进
入者的竞争威胁 20

第五节 替代品的威胁 21

**第四章 厦门 ABC 公司
SWOT 分析 22**

第一节 SWOT 分析介绍
22

第二节 优势与劣势分析
22

第三节 机会与威胁分析
26

**第五章 重新设计“厦门
ABC” 10KV 产品市场营销组
合 30**

第一节 产品组合策略 30

第二节 价格策略 33

第三节 渠道组合策略 34

第四节 促销组合策略 36

**第六章 营销策略实施措施
39**

第一节 与长期客户签订框
架协议 39

第二节 降低 ABC 制造产品
成本 42

第三节 Unigear ZS1 AT&S 合作生产 44

带格式的: 字体: 小四

删除的内容: 6

Contents

Chapter 1 Instruction 错误！未定义书签。

- 1.1 Profile of ABC group and Xiamen ABC 错误！未定义书签。
- 1.2 Main products of Xiamen ABC 错误！未定义书签。
- 1.3 Backgroud of dissertation research, the purpose, the problems, the analysis methods and significance of dissertation 错误！未定义书签。

Chapter 2 Customers classification and sales strategy for 10KV switchgear products 错误！未定义书签。

- 2.1 Cutomer classification of 10KVswitchgear products · 错误！未定义书签。
- 2.2 Market development history, Xiamen ABC sales strategy and the bottle neck 错误！未定义书签。

Chapter 3 Five competitive forces model analysis 错误！未定义书签。

- 3.1 Introduction of five competitive force models 错误！未定义书签。
- 3.2 The purchasers' bargaining ability 错误！未定义书签。
- 3.3 Competitors analysis 错误！未定义书签。
- 3.4 Competition threat from the potential competitors and entrants 错误！未定义书签。
- 3.5 Threat from the replacement 错误！未定义书签。

Chapter 4 Xiamen ABC SWOT analysis 错误！未定义书签。

- 4.1 SWOT instruction 错误！未定义书签。
- 4.2 Advantage and disadvantage analysis 错误！未定义书签。
- 4.3 Opportunity and threat analysis 错误！未定义书签。

Chapter 5 Redesign marketing combination for Xiamen ABC 10KV products

删除的内容:	
带格式的: 字体: Times New Roman	
带格式的	... [2]
删除的内容: 目录	
域代码已更改	
删除的内容: Error!	... [3]
删除的内容: 1	
删除的内容: Error!	... [4]
删除的内容: 1	
删除的内容: Error!	... [5]
删除的内容: 2	
带格式的	... [6]
删除的内容: Error!	... [7]
删除的内容: 2	
删除的内容: Error!	... [8]
删除的内容: 4	
删除的内容: Error!	... [9]
删除的内容: 4	
带格式的	... [10]
删除的内容:	
删除的内容: Error!	... [11]
删除的内容: 5	
删除的内容: Error!	... [12]
删除的内容: 12	
删除的内容: Error!	... [13]
删除的内容: 12	
删除的内容: Error!	... [14]
删除的内容: 12	
删除的内容: Error!	... [15]
删除的内容: 18	
删除的内容: Error!	... [16]
删除的内容: 20	
删除的内容: Error!	... [17]
删除的内容: 21	
删除的内容: Error!	... [18]
删除的内容: 22	
删除的内容: Error!	... [19]
删除的内容: 22	
删除的内容: Error!	... [20]
删除的内容: 22	
删除的内容: Error!	... [21]
删除的内容: 26	
带格式的	... [22]

.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
5.1 Product combination strategy.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 30
5.2 Price strategy.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
5.3 Channel combination strategy.....	错误！未定义书签。	域代码已更改
5.4 Promotion strategy.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 30
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 33
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 34
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 36
.....	错误！未定义书签。	带格式的: 字体: Times New Roman
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 39
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: .
.....	错误！未定义书签。	域代码已更改
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 39
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 42
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 44
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 48
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 51
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: Error! Bookmark not defined.
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 53
.....	错误！未定义书签。	带格式的: 字体: Times New Roman
.....	错误！未定义书签。	删除的内容: 6

第一章 导论

第一节 ABC 集团及厦门 ABC 开关有限公司介绍

ABC 集团是电力和自动化技术领域的全球领导厂商，致力于为工业和电力行业客户提供解决方案。ABC 的业务遍及全球 100 多个国家，拥有 120000 名员工。2008 年的营业额约为 350 亿美元。

经过多年快速发展，ABC 在中国迄今已成立 30 家合资企业，在 60 个主要城市设置销售与服务公司，有 15000 名员工，并拥有研发、生产、销售和服务全方位业务。2008 年 ABC 在中国的订单额超过 45 亿美元，销售额约 41 亿美元，中国已经成为 ABC 在全球的第一大市场。ABC 在中国通过与当地合作伙伴紧密合作，在输配电、自动化和系统等方面都建立了强大的生产基地。业务包括完整系列的电力变压器和配电变压器，高、中、低压开关应用，电气传动系统和电机，工业机器人等，这些产品已广泛应用于工业和电力行业。ABC 追求卓越质量，其企业和产品均已成为行业基准。

厦门 ABC 开关有限公司（以下简称“厦门 ABC”）成立于 1992 年，是 ABC 集团在中国的第一家合资企业，主要生产和销售中压开关柜、真空断路器及配套元件，是其在亚太地区最大的中压开关制造和研究基地，可年产中压开关柜 15000 台，真空断路器 50000 台。几年来，公司业务不断发展，年产值从 1993 年的 3000 万，发展到 2008 年年销售额达 30 亿元人民币。公司现有员工 750 多人，其中约百分七十受过高等教育。

“厦门 ABC”以“持续满足市场对优质、安全、可靠的中压开关的需求”为使命，以 ABC 集团先进的技术和管理资源为依托，通过集团内部其他成员进行无国界的合作，同步引进 ABC 的技术和产品，并根据中国市场的要求进行本土化生产。迄今为止，公司已相继为国家 3000 多个重点工程提供了优质的产品和服务，赢得了广大用户的赞誉，同时也提高了同行业的制造技术和配套能力，促进了当地的经济发展，从而成为 ABC 集团“植根各地，放眼全球”经营理念的成功实践者。

带格式的: 定义网格后不调整右缩进, 行距: 固定值 10 磅, 不对齐网格

第二节 “厦门 ABC” 的主要产品

“厦门 ABC” 的产品主要分为成套产品(即开关柜)和元器件两大类, 其中:

删除的内容: 删除的内容: 第二节 “厦门 ABC” 的主要产品

1. 开关柜
- 10KV Unigear ZS1 型金属铠装移开式开关柜;

• 10KV ZX0 型气体绝缘铠装移开式开关柜;

• 40.5KV ZS3.2 型金属铠装移开式开关柜;

• 40.5KV ZX2/ZX1.5 型气体绝缘铠装式开关柜。
2. 元器件
- 10KV VD4 真空断路器;

• 40.5KV VD4 真空断路器;

• 40.5KV HD4 SF6 断路器;

• 40.5KV GSR 铁道断路器。

本文的研究对象是 10KV 产品的销售策略, 包括 Unigear ZS1 型金属铠装移开式开关柜、ZX0 型气体绝缘铠装移开式开关柜及 10KV VD4 断路器。

第三节 论文研究的背景, 研究的目的、问题、采用的分析方法及意义

厦门 ABC 公司 1992 年从 ABC 集团旗下的德国 Calor-Emag 公司引进了当代国际水平的 Unigear 开关柜生产技术, 产值从 1993 年的 3000 万, 发展到 2004 年年销售额达 26.5 亿元人民币, 年均增长 30%以上, 但从 2005 年开始, 公司的发展势头明显放缓, 与行业的销售增速进行比较, 2005 年到 2008 年, “厦门 ABC” 的增长率也远低于行业总体增长率。到 2008 年甚至出现负增长。本文试图通过运用 MBA 学习的营销工具, 找出目前公司面临发展瓶颈的关键因素及问题原因, 并提出解决方案, 为公司的营销活动策略的制定指明方向提供参考。

本文首先通过对开关柜细分客户群的分类, 分析影响客户的购买行为, 运用波特竞争五力模型对开关柜行业面临的竞争环境进行全面、系统的分析; 运用

删除的内容: 带格式的: 居中

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库